

# Mentira transmutada en verdad

**VICTORIA PREGO**

Por si fueran pocos los retos a los que ha de enfrentarse el ejercicio del periodismo en estos tiempos que no han terminado de cambiar y que nos abocan a un mundo aún por desentrañar, ahora se añade al confuso panorama de la difusión de noticias contrastadas y veraces el nuevo fenómeno, casi universal, de las mentiras repetidas cientos, miles, millones de veces que, por el volumen de su presencia, se convierten en verdades, en hechos comprobados. A este fenómeno se le ha puesto desde hace años ya el piadoso nombre de “posverdad”, pero ha sido la elección de Donald Trump como nuevo presidente de los Estados Unidos lo que, además de haber dejado perplejos y desorientados a los grandes medios de comunicación norteamericanos, ha puesto sobre el tapete del debate mundial esta tendencia,

los riesgos que comporta y el origen de su multiplicación planetaria.

Sea como fuere, es evidente que la mentira transmutada en verdad por obra y gracia de su repetición infinita plantea un problema de la máxima importancia para el ejercicio de nuestra profesión, que consiste precisamente en servir a la ciudadanía información veraz, es decir, hechos que son verdad y cuya veracidad ha sido comprobada por el periodista que pone su firma al lado del texto, porque con ello compromete su prestigio profesional y también su futuro. Pues bien, el periodista es una gota infinitesimal en el océano de las informaciones que se cruzan cada minuto en Facebook, Google u otras plataformas, las cuales, hasta el momento, han considerado que no

tenían responsabilidad alguna en el crecimiento imparable de esa posverdad que inunda el mundo y que la suya no podía ser una tarea de control de la mentira y de defensa de la verdad, pues su función es la de distribuir las comunicaciones, primar las que obtienen más éxito en el sentido de mayor consumo y no la de ejercer la censura sobre ellas.

Pero el fenómeno ha alcanzado tal magnitud que el propio Mark Zuckerberg se ha visto obligado a desdecirse de su negativa a responsabilizarse de los muy dañinos efectos que la posverdad masiva está produciendo, sobre todo en las sociedades democráticas, en las que la libertad de información y el derecho ciudadano a ser libremente informado se respetan de modo radical. Las redes sociales son el vehículo por el que circulan y se multiplican miles de millones de posverdades, es decir, de mentiras, y esas mentiras producen efectos variados. Uno de ellos, alterar la percepción de la ciudadanía de los problemas y de las circunstancias políticas que le rodean y que le afectan. Otro, subsidiario del anterior, influir en su decisión a la hora de elegir a los líderes políticos que prometen resolver ese problema fraudulentamente descrito y presentado del mejor modo imaginable. La posverdad puede alterar de esa manera capital el orden político de un país y hasta los equilibrios internacionales.

Sin embargo, al ciudadano en general parece no importarle las consecuencias de esta nueva situación en la que, por lo pronto, ha dejado de confiar en los prescriptores tradicionales, esto es, en los medios de comunicación que aportan información y análisis acreditados y respaldados por la firma y el prestigio de sus autores, y han abrazado las redes sociales como fuente informativa más creíble, más accesible y más participativa. De este modo, los ciudadanos de un país desarrollado y democrático dejan de lado a quienes les habían proporcionado hasta ahora los datos para comprender su entorno y los análisis y opiniones para adoptar una posición crítica y se entregan a la vía alternativa que le proporcionan las redes sociales, aún sin conocer el origen de la información que reciben, el autor, la veracidad de lo que allí se afirma y mucho menos la intención y el objetivo de las noticias o comentarios lanzados a la red.

En este número de *Cuadernos de Periodistas* se aborda el problema desde el punto de vista del periodismo, alarmado ante las consecuencias que ya ha tenido y puede seguir teniendo este fenómeno, que no va a parar y tampoco disminuir, pero que necesita que se le pongan cauces que permitan la denuncia sistemática de las falsedades que circulan por las redes, que obliguen a los responsables de las platafor-

mas a involucrarse mucho más directa y responsablemente en la conducción y el control de la ola de posverdad que inunda el mundo de la comunicación globalizada y que devuelvan a los medios de comunicación acreditados el lugar que deben tener en una sociedad libre y desarrollada. Y esto se ha puesto de manifiesto de un modo drástico, casi brutal, en los Estados Unidos desde el 8 de noviembre de 2016.

Sin duda, han sido muchos los errores cometidos por el periodismo tradicional, entre otros, el de no haber detectado el proceso de descrédito progresivo que los medios estaban padeciendo y que ha desembocado en su casi total irrelevancia a la hora de influir en una parte muy importante de la opinión pública norteamericana. Pero esta no es una tendencia exclusiva de ese país, sino que, en virtud de la globalización, se extiende a todas las sociedades que están conectadas por internet. Es decir, a la mayor parte de las sociedades del planeta. Borja Bergareche, Borja Echevarría, Cristina F. Pereda y Natalia Hernández abordan en esta edición de *Cuadernos de Periodistas* la magnitud del problema, las implicaciones que este tiene en la función que le es propia al periodismo y las posibles salidas para el control de este virus de desinformación, el cual ha sido recibido con alborozo por una población que, probablemente, cree estar ahora

más informada que nunca en su vida, cuando la realidad dista mucho de ser cierta. Con el agravante de que el ciudadano medio siente que, conectado a las redes y nutriéndose de la información que le llega a través de ellas, ha conquistado una libertad y una autonomía que anteriormente se veían condicionadas por la existencia de unos intermediarios: los medios de comunicación. El problema exige, como se ve, largas y profundas reflexiones y sería muy osado apuntar siquiera una vía segura y cierta para solucionarlo o, al menos, encauzarlo de una manera constructiva.

Y, sin embargo, no es el único problema al que el periodismo de hoy ha de enfrentarse. En un ámbito mucho más pegado al terreno cotidiano y directamente relacionado con la gestión de los medios y su supervivencia económica, aparece en nuestro panorama una amenaza no menor: la que introduce entre la información de los medios una “práctica ilegal, desleal y nociva” como la publicación de noticias pagadas encubiertas. Lo que siempre se llamó “publirreportaje” emboscado y ahora se ha bautizado con términos ingleses como *branded content* y similares con el propósito de cubrirlo con una capa de azucarado eufemismo. Esta práctica, que es una estafa directa al ciudadano, se está extendiendo de modo alarmante en nuestro país,

como bien denuncia en esta edición de *Cuadernos* Mario Saavedra.

Finalmente, aunque no por su orden de importancia, Beatriz Yubero nos sirve un relato estremecedor sobre la realidad de la libertad de prensa en Turquía, donde cientos de periodistas turcos han sido encarcelados y cientos de periodis-

tas extranjeros ven imposibilitada su labor, cuando no son directamente puestos en la frontera y expulsados del país.

En definitiva, un número este de *Cuadernos de Periodistas* que es de obligada lectura para todo profesional interesado, y preocupado, por el devenir de nuestro oficio.

**Victoria Prego**

Presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid